Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Department of Foreign Affairs and International Trade
Canada

CanadExport

Vol. 22, nº 1
15 janvier 2004

Un peu de lumière sur les victimes du TAS en Norvège

L'entreprise albertaine ***The Litebook Company*** *a connu un mois d'octobre mouvementé avec le lancement de ses produits Litebook*[MD] *sur le marché scandinave. Les produits de l'entreprise utilisent la luminothérapie pour aider les gens atteints du trouble affectif saisonnier (TAS), ceux qui sont sujets à la dépression hivernale et ceux qui souffrent du décalage horaire. L'entreprise a vendu ses produits dans 29 pays et, grâce à ses efforts et au soutien du gouvernement du Canada, elle peut maintenant ajouter la Norvège à la liste de ces pays.*

Le Litebook[MD] a été conçu par le chef de la direction et président de l'entreprise, Larry Pederson, qui souffre depuis toujours du TAS. « Je n'étais pas satisfait de la boîte lumineuse existante. Elle était efficace, mais tellement peu commode que, souvent, je ne l'utilisais pas, ce qui me rendait plus sujet à la dépression », explique-t-il. Il a découvert un nouveau produit de conception japonaise, plus petit, dont les

Lors de la signature du premier contrat de vente du Litebook en Norvège, de gauche à droite : Shirley Wolff Serafini, ambassadrice du Canada en Norvège; Stein Ove Gordener, Valida AS; Erin Wilkinson, CCI Edmonton; Cecilia Kleven, Vitus Apotek; et Larry Pederson, The Litebook Company.

voir page 4 — **Un peu de lumière**

Nouveaux outils d'étude de marché à l'intention des exportateurs

Les exportateurs canadiens et les professionnels du commerce international ont maintenant accès à la plus vaste base de données sur le commerce au monde, qui leur offre de nouveaux outils puissants facilitant les études de marché stratégiques et l'expansion du commerce.

Mis au point par le Centre du commerce international à Genève, qui relève des Nations Unies, **TradeMap** est une base de données statistiques en ligne sur le commerce. Cet outil fournit, au moyen d'une interface conviviale, des profils et des tendances détaillés en matière d'exportation et d'importation sur plus de 5 300 produits dans 200 pays et territoires.

TradeMap peut servir à analyser des marchés, à choisir des pays prioritaires pour la diversification des exportations, à étudier la performance de pays concurrents et à évaluer les possibilités

voir page 7 — **Outils d'étude de marché**

Supplément
La Commerce canadien en revue
(voir l'encart)

2007-01857/

EDC : tendances de l'exportation et conseils

À la recherche de nouveaux débouchés aux États-Unis

Pour tirer parti des possibilités d'exportation aux États-Unis, de loin le marché préféré des PME canadiennes, il faut d'abord savoir comment se brassent les affaires chez nos voisins.

Après quelques années houleuses, l'économie américaine montre des signes de reprise. Les compagnies astucieuses qui ont une bonne stratégie d'exportation et qui sont animées par l'esprit d'entreprise devraient penser à faire leur entrée ou à prendre de l'expansion sur le marché américain.

Tout d'abord, dressez ou revoyez votre plan d'exportation : identifiez vos acheteurs actuels et potentiels, vos marchés cibles et les nouveaux facteurs ou forces concurrentiels. Bref, pensez à tout : des prix jusqu'aux assurances, en passant par les besoins en service après-vente.

Règle importante : Prenez garde! Bon nombre d'exportateurs ont appris à leurs dépens que malgré leur proximité géographique et leurs similitudes culturelles, les marchés américain et canadien sont passablement différents.

La taille du marché américain constitue à elle seule un écueil. Les exportateurs constatent que les plus grands succès naissent souvent sur de petits marchés. C'est pourquoi vous avez avantage à axer vos efforts sur une région précise — l'Ouest, le Midwest, le Sud ou le Nord-Est — en participant à des foires commerciales régionales ou spécialisées, où vous pourrez vous rapprocher des clients potentiels. Le recours aux services d'agents des ventes ayant de l'expérience sur le marché ciblé est aussi une bonne idée.

Naturellement, avec une population 10 fois plus nombreuse que celle du Canada, les États-Unis exercent un attrait indéniable. Mais êtes-vous vraiment prêt à livrer une commande 10 fois plus grosse que d'habitude? Avant de vous engager, assurez-vous d'avoir les capacités en matière financière et de production — ou de savoir comment les obtenir à temps — pour pouvoir servir le marché visé.

Il peut y avoir de grandes différences entre les lois américaines et canadiennes, ce qui pose parfois problème. Vous avez donc intérêt à connaître les obligations concernant les taxes fédérales américaines et celles des États, de même que la classification tarifaire relevant de l'ALENA. Consultez un avocat, un comptable ou un conseiller en exportation bien informé au tout début du processus. Vous pourriez ainsi épargner de l'argent en cours de route.

De nos jours, la vente à crédit est souvent un avantage concurrentiel, mais elle comporte un risque important, celui de ne pas se faire payer. Ces deux dernières années, les faillites aux É.-U. ont augmenté de 20 % par année. Les entreprises de tous les secteurs d'activité ont été touchées. La prudence étant de mise, la vérification des antécédents de crédit de l'acheteur est une condition essentielle à l'offre de conditions de paiement favorables. N'oubliez pas qu'une seule perte peut avoir des répercussions désastreuses sur votre entreprise.

L'assurance-crédit de vos ventes — appelée assurance-comptes clients — peut être un élément important de votre stratégie d'exportation. Elle pourrait vous aider à obtenir de votre banque un fonds de roulement plus élevé et à améliorer votre compétitivité en vous permettant d'offrir de meilleures conditions de paiement à vos acheteurs. De plus en plus d'entreprises se rendent compte de ces avantages et prennent une assurance-comptes clients pour se sentir plus en confiance et être plus concurrentielles aux États-Unis.

Une préparation minutieuse, des objectifs réalistes et les bons outils vous permettront d'accroître vos exportations aux États-Unis.

Pour obtenir un exemplaire gratuit du document d'Exportation et développement Canada (EDC) *Faire affaire aux États-Unis — Guide pour les exportateurs canadiens*, consultez **www.edc.ca/risqueEU**.

EDC aide les entreprises canadiennes à accroître leurs ventes à l'étranger et à se faire payer. Société d'État, EDC fournit des services de financement du commerce extérieur et d'assurance-crédit à ses clients canadiens, dont 90 % sont des PME. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec EDC, tél. : **1 866 297-1255**, site Web : **www.edc.ca/pme**. ✱

Au calendrier É.-U.

Pour des renseignements sur les missions commerciales aux États-Unis et des colloques sur le marché américain, consultez le Calendrier d'exportation É.-U. à **www.dfait-maeci.gc.ca/can-am/export**.

CanadExport

Rédactrice déléguée : **Yen Le**
Rédacteur : **Michael Mancini**
Tirage : **55 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-5791**
Courriel : **canad.export@dfait-maeci.gc.ca**
Site Web : **www.dfait-maeci.gc.ca/canadexport**

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

CanadExport est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Direction des services de communication (BCS).

CanadExport est offert au Canada aux gens d'affaires qui s'intéressent à l'exportation. Pour vous abonner à la version imprimée, communiquez avec *CanadExport* au **(613) 992-7114**. Pour la version par courriel, consultez l'adresse Internet de *CanadExport* ci-dessus.

Pour un changement d'adresse, renvoyez l'étiquette avec le code. Prévoir quatre à six semaines de délai. Expédier à :

CanadExport (BCS)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2

ISSN 0823-3349

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Foire commerciale et conférence GLOBE

Marché mondial de l'innovation environnementale

www.globe2004.com

VANCOUVER — du 31 mars au 2 avril 2004 — **GLOBE 2004** est la huitième d'une série de foires commerciales-conférences du secteur de l'environnement. Elle réunira des chefs d'entreprises, des décideurs et des concepteurs de solutions, qui discuteront des tendances actuelles et présenteront des solutions technologiques aux problèmes environnementaux du monde.

Plus de 400 grandes entreprises de technologie de partout dans le monde vont présenter des solutions environnementales très diverses : nouvelles sources d'énergie, gestion de la qualité de l'air, technologies des piles à combustible, matériaux et technologies de construction écosympathiques, gestion des déchets industriels et solides, recyclage.

Avec des représentants de plus de 70 pays attendus d'Asie, d'Europe, d'Amérique latine, du Moyen-Orient et d'Afrique, la conférence GLOBE 2004 offrira une occasion exceptionnelle aux entreprises canadiennes du secteur environnemental qui sont prêtes à exporter et cherchent à pénétrer les marchés internationaux.

Les trois principaux thèmes de la conférence Globe 2004 sont les suivants :

- **Développement durable des entreprises**
  Information sur les mouvements, les systèmes et les outils qui vont porter la concurrence à un niveau supérieur grâce à des normes rigoureuses touchant la société, l'actionnariat, la consommation et la responsabilité.
- **Changement énergétique et climatique**
  Bilan complet des nouvelles priorités, des solutions créatrices et des nouvelles technologies.
- **Construction de villes meilleures**
  Les planificateurs, architectes, urbanistes et dirigeants municipaux discuteront de la manière dont ils intègrent les principes du développement durable dans la conception et la construction d'immeubles, les systèmes de transport et les réseaux de distribution de l'énergie et de l'eau.

Le Café Export à Globe 2004

Une fois de plus, le Service des délégués commerciaux du Canada sera l'hôte du Café Export à la conférence GLOBE 2004. Le Café Export offre aux exportateurs canadiens la possibilité de discuter avec plus de 50 délégués commerciaux du Canada en poste partout dans le monde. Les entreprises qui souhaitent exporter leurs produits pour la première fois ou pénétrer de nouveaux marchés auront la possibilité de rencontrer des délégués commerciaux en petits groupes ou individuellement, pour discuter des débouchés commerciaux qu'offre le marché international.

Pour plus de renseignements sur le Café Export ou pour vous inscrire, communiquez avec Suzanne Drisdelle, déléguée commerciale, tél. : **(613) 996-1758**, courriel : **suzanne.drisdelle@dfait-maeci.gc.ca**.

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Obtenez votre page Web personnalisée. Inscrivez-vous à ***www.infoexport.gc.ca***.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Foire commerciale et conférence GLOBE

Marché mondial de l'innovation environnementale

www.globe2004.com

Vancouver — du 31 mars au 2 avril 2004 — **GLOBE 2004** est la huitième d'une série de foires commerciales-conférences du secteur de l'environnement. Elle réunira des chefs d'entreprises, des décideurs et des concepteurs de solutions, qui discuteront des tendances actuelles et présenteront des solutions technologiques aux problèmes environnementaux du monde.

Plus de 400 grandes entreprises de technologie de partout dans le monde vont présenter des solutions environnementales très diverses : nouvelles sources d'énergie, gestion de la qualité de l'air, technologies des piles à combustible, matériaux et technologies de construction écosympathiques, gestion des déchets industriels et solides, recyclage.

Avec des représentants de plus de 70 pays attendus d'Asie, d'Europe, d'Amérique latine, du M..., en-Orient et d'Afrique, la conférence GLOBE 2004 offrira une occasion exceptionnelle aux entreprises canadiennes du secteur environnemental qui sont prêtes à exporter et cherchent à pénétrer les marchés internationaux.

Les trois principaux thèmes de la conférence Globe 2004 sont les suivants :

- **Développement durable des entreprises**
  Information sur les mouvements, les systèmes et les outils qui vont porter la concurrence à un niveau supérieur grâce à des normes rigoureuses touchant la société, l'actionnariat, la consommation et la responsabilité.
- **Changement énergétique et climatique**
  Bilan complet des nouvelles priorités, des solutions créatrices et des nouvelles technologies.
- **Construction de villes meilleures**
  Les planificateurs, architectes, urbanistes et dirigeants municipaux discuteront de la manière dont ils intègrent les principes du développement durable dans la conception et la construction d'immeubles, les systèmes de transport et les réseaux de distribution de l'énergie et de l'eau.

Le Café Export à Globe 2004

Une fois de plus, le Service des délégués commerciaux du Canada sera l'hôte du Café Export à la conférence GLOBE 2004. Le Café Export offre aux exportateurs canadiens la possibilité de discuter avec plus de 50 délégués commerciaux du Canada en poste partout dans le monde. Les entreprises qui souhaitent exporter leurs produits pour la première fois ou pénétrer de nouveaux marchés auront la possibilité de rencontrer des délégués commerciaux en petits groupes ou individuellement, pour discuter des débouchés commerciaux qu'offre le marché international.

Pour plus de renseignements sur le Café Export ou pour vous inscrire, communiquez avec Suzanne Drisdelle, déléguée commerciale, tél. : **(613) 996-1758**, courriel : **suzanne.drisdelle@dfait-maeci.gc.ca**.

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Obtenez votre page Web personnalisée. Inscrivez-vous à ***www.infoexport.gc.ca***

Biotechnologie : le Canada impressionne

En novembre, une délégation canadienne d'entreprises de biotechnologie s'est rendue dans la ville allemande de Francfort pour assister à ***BioEurope 2003*** *— une conférence internationale qui réunit des représentants des industries de la biotechnologie, des produits pharmaceutiques et de la finance, et vise également à favoriser la création de partenariats entre les participants. Le Canada cherchait à promouvoir des partenariats en technologique et en financement de risque entre des entreprises de biotechnologie canadiennes et allemandes, renforcer les liens bilatéraux en science et technologie, et se faire connaître comme un leader en biotechnologie.*

La participation canadienne à BioEurope a été organisée par la Direction de la science et de la technologie du MAECI, l'ambassade du Canada en Allemagne et Industrie Canada. La conférence, qui réunissait quelque 1 200 participants venus du monde entier, était assez importante pour attirer les géants mondiaux de la biotechnologie, du financement de risque et de l'industrie pharmaceutique, mais aussi assez restreinte pour permettre d'organiser des rencontres de partenariat efficaces.

Au pavillon canadien à BioEurope 2003, de gauche à droite : Sonja Basjmeleh, de l'ambassade du Canada en Allemagne, et Kathrine Howard et Hélène Forest, toutes deux d'Industrie Canada, et Henry Yau, du MAECI.

Plus de 70 participants, y compris 17 entreprises canadiennes de biotechnologie et de capital de risque ont participé aux séances de partenariat. Plus de 64 rencontres individuelles ont eu lieu en deux heures et se sont avérées fructueuses. La participation allemande couvrait un large éventail, depuis les PME jusqu'à des multinationales comme Boehringer Ingelheim et Bayer.

Réactions favorables

« Cette activité de partenariat avec des entreprises canadiennes de biotechnologie était une idée brillante; elle devrait avoir lieu régulièrement », selon Andrea Heyne, directrice générale de Medimod GmbH, une entreprise allemande. Même réaction enthousiaste du côté canadien. Bill McGinnis, président et directeur général de Diobetogen Biosciences, de London, a estimé que la rencontre avait été « très efficace », tandis que Bob Seeman, directeur général de Clera, de Toronto, a déclaré qu'elle avait été « très utile et très productive ».

Le pavillon du Canada à la conférence a attiré un flot constant de visiteurs, dont bon nombre se sont renseignés sur les entreprises canadiennes de biotechnologie et sur la façon de trouver de bons partenaires. De nombreux participants allemands ont indiqué qu'ils souhaitaient prendre part à des manifestations leur permettant de rencontrer d'autres partenaires canadiens.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Henry Yau, conseiller principal, Développement technologique, MAECI, tél. : **(613) 995-6634**, courriel : **henry.yau@dfait-maeci.gc.ca**, Steffen Preusser, agent en technologie, ambassade du Canada en Allemagne, tél. : **(011-49-30) 20312-0**, téléc. : **(011-49-30) 20312-115**, courriel : **steffen.preusser@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.canada.de**.

Un peu de lumière *— suite de la page 1*

effets duraient plus longtemps, et qui traitait mieux la dépression que la boîte. Il a alors créé un système de diffusion de lumière compact et portable qu'il a nommé le Litebook[MD] et que de nombreuses personnes trouvent efficace lorsqu'elles l'utilisent de 15 à 20 minutes par jour seulement.

À l'arrivée de M. Pederson en Norvège, à la mi-octobre, Erin Wilkinson du Centre de commerce international d'Edmonton avait organisé des visites d'entreprise chez d'éventuels acheteurs, une entrevue pour la télévision et une courte présentation à la résidence de l'ambassadeur. De plus, M. Pederson a signé un accord pour une première commande à titre d'essai avec Vitus Apotek, la plus grande chaîne de pharmacies en Norvège.

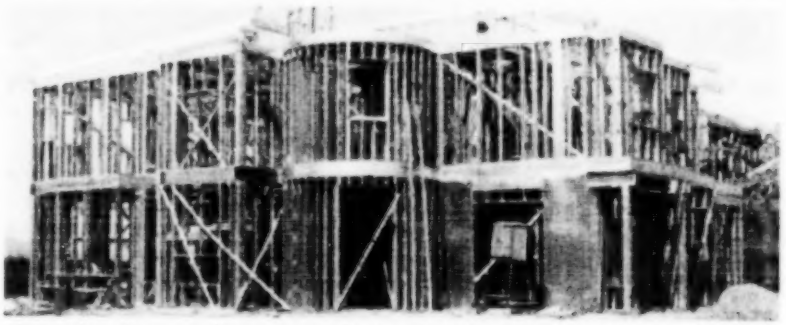
M. Pederson est reconnaissant de la contribution et de la collaboration du Programme de développement des marchés d'exportation, du Programme d'emploi en commerce international de Diversification de l'économie de l'Ouest et du programme d'aide à la recherche industrielle du Conseil national de recherches. Il travaille en outre avec la Federal Drug Administration aux États-Unis. De plus, la NASA examine le Litebook[MD] en vue de déterminer si les astronautes pourraient l'utiliser dans le programme de la navette spatiale et sur la station spatiale internationale.

M. Pederson ajoute que le soutien continu du personnel du Centre de commerce international et des ambassades du Canada est d'une importance capitale pour l'avenir du produit sur le marché mondial.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Rick Stephenson, conseiller (Affaires commerciales) et consul, ambassade du Canada en Norvège, tél. : **(011-47-22) 99-53-30**, téléc. : **(011-47-22) 99-53-01**, courriel : **rick.stephenson@dfait-maeci.gc.ca**, sites Web : **www.canada.no**, **www.canada-norway.com**, **www.anadaeuropa.gc.ca** ou **infoexport.gc.ca/no**.

Le constructeur Davey International en Chine

Les constructeurs de logements à la recherche de débouchés à l'extérieur de l'Amérique du Nord sont dans l'ensemble d'accord pour considérer la Chine comme un marché très lucratif. Cela dit, le manque d'infrastructures en Chine et la manière dont les Chinois conduisent les affaires peuvent entraver le succès des entreprises étrangères. Grâce à l'aide de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et aux missions du Canada en Chine, ***Davey International Inc.*** *a réussi à s'implanter solidement sur ce marché complexe, mais florissant.*



Maisons haut de gamme d'inspiration nord-américaine à éléments d'ossature légers en acier aménagées dans le nord de Beijing par Davey International.

Davey, un fabricant ontarien de bâtiments à ossature d'acier, a récemment signé un contrat avec la société chinoise Napa Valley Real Estate Development pour concevoir et construire 50 maisons. Le lotissement domiciliaire, dans lequel seront aménagées des maisons de style nord-américain de 250 à 450 mètres carrés, est situé à 40 kilomètres au nord de Beijing et couvre une superficie de 700 000 mètres carrés. La première des quatre phases de ce projet consiste en 120 maisons qui doivent, selon les prévisions, être en place à la fin de 2003. Lorsque son aménagement sera terminé en 2005, le lotissement comptera quelque 1 000 logements.

Système d'éléments d'ossature légers en acier

Le système d'éléments d'ossature légers en acier consiste en des poteaux muraux, des solives de plancher et des fermes de toit. Ce produit de construction, aussi polyvalent que durable, comporte une foule d'avantages, tant économiques que structurels. Il raccourcit les temps de construction, réduit les charges sur les fondations et offre une forte résistance aux cataclysmes naturels (ouragans, tremblements de terre, incendies).

En outre, le système n'exige aucun traitement contre les termites ou les champignons et la moisissure et, parce que l'acier est un matériau très stable, l'humidité ne déforme pas les cloisons. De plus, ce système n'exige pas d'équipements de construction lourds et il est facile à assembler. Les bâtiments à ossature d'acier présentent aussi des avantages écologiques, en ce sens qu'ils sont entièrement recyclables et sont dotés d'une grande efficacité thermique et énergétique.

Davey présente partout en Chine

Fondée en 1956, la société Davey a fait œuvre de pionnier en proposant en Chine son système d'ossature légère en acier. Au cours des 10 dernières années, l'entreprise a mené à bien des projets d'un bout à l'autre de la Chine, dans des villes comme Beijing, Chongqing, Foshan, Nanjing, Shanghai, Tianjin et Wuhan.

Pour s'implanter sur le marché chinois, Davey International a pu compter sur l'aide de SCHL International. En septembre 2002, la SCHL a aidé l'entreprise à décrocher un contrat évalué à 1,5 million de dollars en vue de concevoir, de fabriquer et de monter trois cottages haut de gamme pour le promoteur immobilier Du Hu Real Estate Development Co. Ltd. Ces maisons, situées à Shanghai, font chacune plus de 500 mètres carrés et, parce qu'elles s'adressent à une clientèle aisée et sont proches du centre-ville, elles commandent des loyers pouvant atteindre 15 000 dollars par mois.

En novembre 2002, la société Davey était de la mission de la SCHL en Chine. C'est à cette occasion, ou plus précisément à l'occasion de l'atelier de la SCHL sur les éléments d'ossature légers en acier, que le représentant du promoteur Napa Valley Real Estate Development Co. a pris contact avec la représentante de Davey, Elaine Yu, vice-présidente au marketing international et au développement des affaires. Jorge Malisani, conseiller commercial de la SCHL pour la Chine, pense que « grâce à sa connaissance approfondie des industries canadiennes, à ses liens étroits avec les grands promoteurs immobiliers chinois et à sa compréhension des besoins de ces derniers, SCHL International est le partenaire idéal pour qui veut pénétrer le marché chinois ».

Albert Chan, vice-président exécutif de Davey, affirme que le projet de Beijing soulève l'enthousiasme du personnel de l'entreprise : « Nous sommes vraiment très reconnaissants de l'aide reçue de l'équipe de SCHL International, du consulat du Canada à Shanghai et de l'ambassade du Canada à Beijing. Sans leur précieux concours, ce projet n'aurait pas vu le jour ».

La popularité grandissante du système d'éléments d'ossature légers en acier est l'une des raisons du succès de Davey, mais plus important encore est la capacité de l'entreprise de nouer des relations d'affaires durables. Les représentants de Napa Valley Real Estate Development ont été séduits : « Nous croyons dans le système. Toutes les maisons du projet en cours, un millier en tout, seront des maisons à ossature d'acier ».

Pour plus de renseignements sur Davey International Inc., rendez-vous au site de l'entreprise à l'adresse : **www.davey.com.cn**

Le boom de l'aquaculture au Chili crée des débouchés

Pourvu d'un littoral qui s'étend sur 4 000 km et d'abondantes ressources océaniques, le Chili est l'un des principaux marchés aquacoles au monde. Depuis près de 20 ans, l'industrie de l'aquaculture connaît une croissance extrêmement forte et régulière. Cependant, la prolifération des exploitations aquacoles a une incidence négative sur l'environnement, car les technologies ne sont pas encore adaptées au traitement efficace des rejets et des effluents de l'aquaculture. En raison de la réputation internationale du savoir-faire canadien dans le domaine des services et des équipements de protection de l'environnement, les entreprises canadiennes se trouvent bien placées pour exploiter ces débouchés.

Aperçu du marché

L'économie du Chili figure parmi les plus stables et les plus dynamiques d'Amérique latine. De 1986 à 2002, elle a crû en moyenne de 6,3 % par année — le taux le plus élevé de toute l'Amérique latine. Avec un PIB de 111,5 milliards de dollars et une population de 15 millions d'habitants en 2002, le Chili affichait le PIB par habitant le plus élevé de l'histoire de l'Amérique latine : 6 600 $.

En 1997, le Chili et le Canada ont signé un accord de libre-échange. Ainsi, les entreprises canadiennes sont maintenant exemptées des droits de douane chiliens de 8 %. Comme il possède la meilleure cote de crédit en Amérique latine et un faible taux de corruption, le Chili est un marché idéal pour les entreprises canadiennes qui souhaitent investir en Amérique du Sud.

Débouchés

Le savoir-faire technologique canadien dans le domaine des services et des équipements environnementaux est reconnu dans le monde entier. Toutefois, le Canada est perçu par l'industrie chilienne de l'aquaculture comme un nouveau-venu dans ce secteur.

Les six principaux débouchés pour les entreprises canadiennes sont les suivants : la circulation de l'eau (pompes et filtres à eau); les réservoirs d'eau commerciaux; les technologies de traitement des eaux usées; les peintures et agents nettoyants respectueux de l'environnement (pour cages et réservoirs); les générateurs et les piles à combustible à haut rendement énergétique; les services d'experts-conseils dans le domaine des études d'impact sur l'environnement, de la planification et du contrôle de la qualité.

L'Institut canadien de la biotechnologie et Industrie Canada ont commandé une étude de l'industrie de l'aquaculture et de la pêche au Chili pour recenser ses principales préoccupations et déterminer dans quels domaines les nouvelles technologies peuvent être appliquées avec succès. Le rapport a souligné plusieurs domaines critiques dans le secteur de l'aquaculture au Chili, où des solutions urgentes sont exigées, dont : l'introduction de nouveaux diagnostics, vaccins et traitements antibactériens pour protéger la santé des poissons; l'adoption de systèmes perfectionnés pour le traitement et la gestion des déchets et des effluents provenant de la production et de la transformation aquacoles; des sources, nouvelles ou de substitution, de produits d'alimentation bruts, notamment des ingrédients de pigmentation; des nouvelles techniques de contrôle de la croissance et de la maturation sexuelle des poissons et des crustacés; de nouveaux systèmes de gestion et d'équipements aquacoles, comme les techniques de polyculture, les cages et les abris, les systèmes de filtration et de circulation des eaux, et les logiciels.

Se préparer à pénétrer le marché chilien

Un engagement à long terme, une présence locale ou un agent sur place sont essentiels à la réussite d'une entreprise canadienne sur ce marché très concurrentiel et ont une influence immédiate sur la capacité de trouver des clients. Les entreprises canadiennes doivent penser à se prévaloir de l'assistance d'un agent local, qui s'assurera que toutes les procédures relatives aux marchés publics sont respectées. Des prix modiques, des réseaux de distribution bien implantés et un marketing efficace sont aussi d'importants facteurs de réussite.

Le gouvernement du Canada dispose de plusieurs programmes pour aider les entreprises canadiennes à s'assurer un avantage compétitif sur les marchés internationaux. Par exemple, Exportation et développement Canada propose aux exportateurs canadiens des modes de financement et des assurances. Les exportateurs peuvent aussi obtenir une aide financière ou autre dans le cadre du **Programme de développement des marchés d'exportation** du MAECI.

Pour obtenir le profil sectoriel complet, consultez **www.infoexport.gc.ca**.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Margot Edwards ou Renée Plouffe, déléguées commerciales à l'ambassade du Canada au Chili, tél. : **(011-56-2) 362-9660**, téléc. : **(011-56-2) 362-9664**, courriels : **margot.edwards@dfait-maeci.gc.ca** ou **renee.plouffe@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.santiago.gc.ca**.

Aqua Sur 2004

Puerto Montt, Chili — du 22 au 27 mars 2004 — Plus de 200 exposants seront présents à **Aqua Sur 2004**, l'exposition aquacole la plus importante de l'hémisphère austral.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Viviana Rios, tél. : **(011-56-2) 756-5400** télec. : **(011-56-2) 756-5450**, courriel : **vrios@aqua.cl**, site Web : **www.aqua-sur.cl**.

Partenariats pour attirer des investissements étrangers

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada ont annoncé l'octroi de contributions financières de près de 900 000 $ à des organismes de développement économique régionaux et communautaires au profit des municipalités pour les aider à attirer des investissements étrangers.

Ainsi, dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation - Investissement (PDME-I), les municipalités et régions adjacentes de Saint John et Fredericton (Nouveau-Brunswick), Québec (Québec), Ottawa (Ontario), Moose Jaw (Saskatchewan) et Leduc (Alberta) ainsi que des municipalités de l'île de Vancouver (Colombie-Britannique) bénéficieront de contributions de 57 250 à 250 000 $, afin de mettre en œuvre des projets de développement économique.

Le PDME-I a été mis sur pied en 1998 afin d'aider les villes et régions canadiennes à mieux se préparer à accueillir des investissements et à attirer des investisseurs étrangers. Financé par le ministère des Affaires étrangères du Commerce international et géré par Partenaires pour l'investissement au Canada, ce programme appuie les organisations à but non lucratif et les partenariats entre les secteurs public et privé qui travaillent sur la scène régionale ou municipale. Il finance jusqu'à 50 % des coûts liés aux activités admissibles visant à attirer des investissements étrangers.

Pour plus de renseignements, consultez le site Web **www.dfait-maeci.gc.ca/pemd**.

Outils d'étude de marché

— suite de la page 1

de diversification de produits en identifiant les débouchés actuels et futurs entre les pays.

Comme le Canada est une nation commerçante, ces renseignements stratégiques sur les marchés sont essentiels aux entreprises exportatrices et aux professionnels du commerce canadiens. Voilà pourquoi Équipe Canada inc, qui est la source canadienne la plus complète de renseignements sur l'exportation, a entrepris de rendre cette ressource accessible au Canada grâce à un partenariat avec le Centre du commerce international, qui relève de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) et de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Pour vous inscrire à TradeMap Canada, consultez le site Web suivant : **www.exportsource.gc.ca/trademap_f.cfm**.

Chercher des renseignements par produit ou par pays permet à TradeMap de fournir des réponses qui aident à évaluer le rendement du commerce sectoriel et national et à déterminer quels sont les produits et les marchés prioritaires pour l'expansion du commerce.

Une entreprise canadienne peut, par exemple, étudier les marchés d'importation en vue de promouvoir ses produits; elle aura accès au taux de croissance des importations dans chaque marché, au prix moyen payé dans chaque pays ainsi qu'aux tarifs et règlements en vigueur.

Les renseignements de TradeMap sont tirés de la plus vaste base de données statistiques sur le commerce au monde, COMTRADE, qui est tenue à jour par la Division de la statistique des Nations Unies. COMTRADE couvre plus de 90 % du commerce mondial.

Le Centre du commerce international de la CNUCED et de l'OMC a également mis au point des profils de pays qui servent de référence pour mesurer la performance commerciale et la compétitivité au niveau national ou sectoriel.

Pour plus de renseignements, consultez le site : **www.intracen.org/menus/itc-f.htm** ou communiquez avec Louis Doyle, tél. : **(613) 954-2390**, courriel : **doyle.louis@exportsource.ca**.

Faire un exposé à l'étranger

Vous voulez faire un exposé pour faire valoir votre produit ou votre service à l'étranger? Les conseils qui suivent vous aideront à communiquer efficacement vos idées à un auditoire étranger.

- Renseignez-vous sur l'histoire et la culture locales et sur le contexte commercial du pays avant de préparer votre exposé.
- Renseignez-vous sur votre auditoire et préparez votre exposé en fonction des personnes qui y assisteront.
- Répétez votre exposé et enregistrez-vous sur vidéo, afin de pouvoir vous évaluer et améliorer votre prestation.
- Sollicitez l'aide et les commentaires de personnes qui connaissent la culture du pays et le mode de communication de votre auditoire.
- Le jour de l'exposé, arrivez tôt et présentez-vous aux membres de l'auditoire.
- Passez vos objectifs en revue pour vous assurer qu'ils correspondent aux attentes de l'auditoire.
- Analysez votre exposé du point de vue de vos auditeurs et concentrez-vous sur les aspects qui ont de l'importance à leurs yeux.
- Soyez prêt à énoncer le thème ou le message principal de votre exposé en une seule phrase, claire et concise.

Cette information est tirée du guide d'Équipe Canada inc, *La communication internationale : Préparation d'exposés efficaces – Guide à l'intention des exportateurs*, que vous trouverez en ligne à **www.exportsource.ca/exposes**.

Pour en apprendre davantage sur l'exportation de vos produits ou services, téléphonez sans frais au Service d'information sur l'exportation, au **1 888 811-1119**, ou consultez le site **www.exportsource.ca**.

Calendrier des foires commerciales

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

Atlanta (Géorgie) — du 20 au 22 avril 2004 — **MRO 2004** est la foire commerciale-exposition du secteur de l'entretien, de la réparation et de la remise en état. Le pavillon du Canada est l'endroit idéal pour promouvoir les services canadiens offerts à la communauté internationale. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Sheryl Crowhurst, économiste, Industrie Canada, tél. : **(613) 957-8775**, téléc. : **(613) 952-8088**, courriel : **crowhurst.sheryl@ic.gc.ca**.

AGRICULTURE

Theobald, Argentine — du 3 au 6 mars 2004 — **EXPOCHACRA** est une foire agricole régionale visant principalement le secteur des machineries agricoles. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Josefina Moresco, Expochacra, tél. : **(011-54-11) 4328-5886**, poste **115**, courriel : **jmoresco@expochacra.com**, site Web : **www.expochacra.com** ou Mario Gariépy, ambassade du Canada à Buenos Aires, courriel : **mario.gariepy@dfait-maeci.gc.ca**.

MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

Birmingham, Royaume-Uni — du 25 au 29 avril 2004 — **Interbuild 2004** est la plus grande exposition du secteur du bâtiment et de la construction. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Derek Complin, UNILINK, tél. : **(613) 549-0404**, téléc. : **(613) 549-2528**, courriel : **dc@unilinkfairs.com**, site Web : **www.unilinkfairs.com/cp/interbuild04**.

Jakarta, Indonésie — du 21 au 24 avril 2004 — **Woodworking and Forestry Indonesia**, exposition consacrée aux machines à bois, à la transformation du bois d'œuvre et à l'exploitation forestière, et **Pulp and Paper Indonesia**, foire commerciale consacrée aux produits de pâte et papier et aux machines, à l'équipement et aux fournitures, auront lieu simultanément. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Immanuel Hasada Purba, agent commercial, ambassade du Canada en Indonésie, tél. : **(011-62-021) 2550-7800**, téléc. : **(011-62-021) 2550-7812**, courriel : **immanuel-hasada.purba@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.pamerindo.com/2004/wwf04exh.htm**.

PRODUITS DE CONSOMMATION

Hanoï, Vietnam — du 20 au 22 avril 2004 — Venez participer à **2004 Vietnam Textile and Garment Industry Expo**. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada au Vietnam, tél. : **(011-84-4) 734-5000**, téléc. : **(011-84-4) 734-5049**, courriel : **hanoi-td@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.cpexhibition.com**.

TIC

Hanovre, Allemagne — du 18 au 24 mars 2004 — **CeBIT Hannover 2004**, qui a attiré plus de 550 000 visiteurs en 2003, est la principale foire commerciale des technologies de l'information, des télécommunications, du logiciel et des services. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Cliff Singleton, agent commercial, consulat du Canada à Munich, tél. : **(011-49-89) 2199-5717**, téléc. : **(011-49-89) 2199-5757**, courriel : **cliff.singleton@dfait-maeci.gc.ca**.

PÉTROLE ET GAZ

Abuja, Nigéria — du 17 au 19 mars 2004 — **Offshore West Africa 2004**, exposition consacrée à la production de pétrole en mer dans le golfe de Guinée, réunira des décideurs d'une des régions productrices de pétrole qui enregistrent la plus forte croissance. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Brennen Young, délégué commercial, Direction du commerce avec l'Afrique subsaharienne, MAECI, tél. : **(613) 944-6575**, téléc. : **(613) 944-7437**, courriel : **brennen.young@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **owa04.events.pennnet.com**.

Damas, Syrie — du 5 au 8 avril 2004 — L'ambassade du Canada à Damas parrainera un pavillon à **SyrOil**, exposition clé pour les décideurs du secteur pétrolier de la région. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Tracy Reynolds, conseiller commercial, ambassade du Canada à Damas, courriel : **tracy.reynolds@dfait-maeci.gc.ca**, site Web : **www.syroil.com**.

PLASTIQUES

Buenos Aires, Argentine — du 22 au 26 mars 2004 — La foire commerciale **Argenplas 2004**, qui comportera un pavillon du Canada, est une importante exposition internationale sur les plastiques et une porte d'entrée du marché de l'Amérique du Sud. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Dennis Shanley, agent principal de l'industrie, Industrie Canada, tél. : **(613) 954-3247**, téléc. : **(613) 952-8988**, courriel : **shanley.dennis@ic.gc.ca**, site Web : **www.argenplas.com.ar/index.htm**.

Service des renseignements Le Service des renseignements du MAECI offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications, y compris des études de marché, ainsi que des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**, région d'Ottawa : **(613) 944-4000**; par télécopieur au **(613) 996-9709**; en appelant le service FaxLink à partir d'un télécopieur au **(613) 944-4500**; ou, encore, en consultant le site Internet du MAECI à **www.dfait-maeci.gc.ca**.

Retourner en cas de non-livraison à
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ont.) K1A 0G2

Postes Canada
Numéro de convention 40064047